

Врахування індивідуально-психологічних характеристик студентів у навчанні іноземної мови у ВНЗ має відбуватися на таких двох етапах:

- відбору студентів і формування навчальних груп (підгруп);
- безпосередньо навчання іноземної мови у групах (підгрупах).

На першому етапі треба розробити систему анкетування і тестування, яка давала б об'єктивні індивідуально-психологічні характеристики студентів. Особливу увагу слід звернути на фонематичний слух, пам'ять, зокрема слухову, гнучкість словесно-логічного мислення, рівень емоційної стійкості студентів. Саме

find similar papers at [core.ac.uk](http://core.ac.uk)

provided by Institutional Repository of Vadym Hetma

навчальні групи (підгрупи) студентів.

На другому етапі врахування індивідуально-психологічних характеристик студентів проявляється у виборі методів, прийомів і способів навчання іноземних мов. Велику увагу слід звернути на особливості роботи студентів у складі групи, індивідуально, в парах тощо. Правильний підбір партнерів для роботи з опанування мовного і мовленнєвого матеріалу є запорукою успішності навчальних занять. Це робить заняття продуктивними, стимулює інтерес студентів до вивчення іноземної мови, а також полегшує роботу викладача, формуючи між викладачем і студентом справжні суб'єкт-суб'єктні відносини.

Перспективою подальших досліджень є розробка методики навчання іноземної мови у ВНЗ з урахуванням індивідуально-психологічних характеристик студентів.

*Лобецька І. М.*, старш. викл.,  
кафедра іноземних мов факультету МЕІМ

## **ФРАЗЕОЛОГІЧНІ ОДИНИЦІ В АНГЛОМОВНОМУ ДІЛОВОМУ ДИСКУРСІ**

У сучасному світі бізнес все більше впливає на розвиток міжнародних відносин. І в міжнародній комунікації на перший план ставиться проблема взаєморозуміння. Розбіжності між мовами, що зумовлені розбіжностями культур, найпомітніші як у лексиці в цілому, так і в фразеології як відображенні життя нації.

Вивчення фразеологічних одиниць (ФО) як мовних одиниць, що найяскравіше відображають національні особливості культури народу, є дуже важливим у зв'язку з намаганням найбільш адекватно зрозуміти ментальність представників даного народу на фоні контактів у сфері бізнесу.

Сучасний діловий стиль відображає вільний, толерантний характер вираження думок, терпимість до неологізмів, ідіоматизмів та навіть допускає гру слів. Ідіоматичні вирази перетворюються на мовні штампи, але подібні слова та вирази становлять проблему в міжнародній комунікації.

У діловому дискурсі в основному вживаються універсальні ФО, що свідчить про його інтернаціоналізацію. І мовна ідеоматизація полягає в клішуванні, вживанні стійких порівнянь, фразеологізмів та метафоричних моделей.

ФО, що зустрічаються в англомовному діловому дискурсі, об'єднуються в 4 основні фразеосемантичні поля:

1) бізнес та управління (*buck a trend* — досягти успіху в своїй справі тоді, коли в інших компаніях справи погані);

2) грошові відносини (*money for jam, money for old rope* — гроші, отримані ні за що; гроші, що легко дісталися);

3) покупка і продаж (*loss leader* — товар, що продають зі збитком для залучення покупців);

4) економічні та виробничі відносини (*sail close to the wind* — ступити на небезпечний шлях, сильно ризикувати).

Що стосується типів ФО, що вживаються в діловому спілкуванні, то можна виділити наступні:

1) ідеоматизми (*forbidden game* — людина, яку не можна критикувати; *pay through the nose* — заплатити шалені гроші);

2) термінологічні фразеологізми (*cut corners* — іти напролом; зрізати кут; діяти незаконно; економити за рахунок якості);

3) фразеоматизми (*work to the rule* — проводити забастовку, відмовляючись працювати позаурочно; *come to terms* — домовлятися);

4) компаративні фразеологізми (*as right as ninepence* — цілком здоровий, все в порядку; *as safe as the Bank of England* — абсолютно надійний, безпечний).

Для правильного розуміння ФО необхідно застосовувати прагматичний та дискурсивний підходи в їх дослідженні, враховуючи контекстуальне оточення з точки зору лінгвістичних та екстралінгвістичних факторів, експліцитних та імпліцитних контекстів.